

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan industri pet care di Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Tren ini tampak dari bertambahnya jumlah pemilik hewan peliharaan, terutama di wilayah perkotaan seperti Jakarta, Tangerang, dan Bekasi. Berdasarkan laporan Rakuten Insight (2023), sekitar 67% masyarakat Indonesia memiliki hewan peliharaan, dengan anjing dan kucing menjadi jenis yang paling dominan. Angka tersebut mencerminkan perubahan gaya hidup masyarakat urban yang semakin memperhatikan kesehatan, kenyamanan, serta perawatan harian hewan mereka.

Namun, peningkatan jumlah pemilik hewan tidak selalu selaras dengan ketersediaan layanan pet care yang profesional dan mudah diakses. Penelitian dari The Jakarta Post (2024) menunjukkan bahwa ritme kerja masyarakat perkotaan yang semakin padat membuat banyak pemilik hewan mengandalkan pihak ketiga untuk layanan seperti grooming, training, boarding, hingga pengantaran ke petshop atau klinik. Sayangnya, layanan yang tersedia masih belum terstandarisasi dan seringkali tidak memiliki sistem pemesanan serta komunikasi yang terintegrasi.

Perubahan kondisi ini menimbulkan kebutuhan baru di kalangan pemilik hewan. Mereka tidak hanya memerlukan layanan tunggal seperti dog walking atau grooming, tetapi juga sebuah platform yang dapat menghubungkan berbagai layanan pet care dalam satu tempat. Hal ini sejalan dengan laporan Redseer (2024) yang menyebutkan bahwa digitalisasi sektor pet care di Asia Tenggara diprediksi

tumbuh pesat karena meningkatnya permintaan terhadap layanan yang cepat, aman, dan terintegrasi.

Di tengah perubahan tersebut, berbagai tantangan turut muncul. Banyak pemilik hewan mengalami kesulitan menentukan layanan yang benar-benar terpercaya, sementara layanan tradisional seperti penitipan rumahan atau jasa informal sering tidak menyediakan standar keamanan, pelaporan aktivitas, maupun profesionalitas yang jelas. Keterpisahan layanan-layanan ini juga menyulitkan pemilik hewan dalam mengaksesnya secara efisien.

Menjawab tantangan ini, pengembangan Pompy Go sebagai platform pet care terintegrasi hadir sebagai inovasi yang menghubungkan layanan petshop, pethotel, grooming, klinik, serta transportasi hewan dalam satu sistem. Pendekatan terintegrasi ini diharapkan dapat menciptakan pengalaman layanan yang konsisten, aman, dan mudah diakses, sekaligus membuka peluang kolaborasi bagi pelaku industri pet care untuk memperluas jangkauan layanan mereka.

## 1.2 Maksud dan Tujuan

Maksud dari laporan bisnis ini adalah untuk menemukan solusi atas permasalahan yang dialami oleh pemilik hewan peliharaan di perkotaan, yang sering kesulitan mengakses layanan pet care profesional dan terpercaya karena keterbatasan waktu dan pilihan layanan yang tersebar. Melalui laporan ini, tim berusaha memahami kebutuhan konsumen terhadap layanan pet care terintegrasi yang mudah diakses, aman, dan profesional, dengan dog walking sebagai salah satu layanan utama yang dikelola langsung oleh Pompy Go.

- Tujuan:
1. Menghasilkan ide dan rancangan bisnis Pompy Go sebagai platform layanan pet care terintegrasi yang mencakup grooming, pethotel, klinik, transportasi hewan, dan dog walking profesional.
  2. Mengembangkan kemampuan berwirausaha anggota tim melalui penerapan tahapan pengembangan bisnis mulai dari ideasi hingga validasi layanan.
  3. Membangun produk awal atau Minimum Viable Product (MVP) yang dapat diuji langsung oleh calon konsumen untuk memvalidasi kebutuhan pasar dan kelayakan bisnis.
  4. Menjadi sarana penerapan teori kewirausahaan secara praktis melalui proyek nyata.
  5. Mempersiapkan langkah awal untuk merintis bisnis layanan pet care profesional yang dapat dikembangkan lebih lanjut setelah program kewirausahaan selesai.

### **1.3 Prosedur dan Deskripsi Waktu**

Bagian ini menjelaskan tahapan yang penulis jalani sejak mendaftar Program Prostep hingga menyelesaikan seluruh rangkaian kegiatan. Seluruh proses berlangsung selama 14 minggu, mencakup proses seleksi, pembentukan ide, riset pasar, pembuatan MVP, implementasi bisnis, hingga penyusunan laporan akhir.

#### **1.3.1 Prosedur Mengikuti Program Prostep**

##### **1. Pendaftaran Program Prostep**

Mahasiswa mengisi formulir pendaftaran resmi dan menyatakan komitmen mengikuti program selama satu semester.

##### **2. Pembagian Kelompok dan Penjelasan Program**

Mahasiswa dibagi ke kelompok berdasarkan minat. Pada sesi awal diberikan penjelasan mengenai tujuan program, output bisnis, serta sistem penilaian.

### 3. Riset Awal & Identifikasi Masalah

Kelompok melakukan observasi serta wawancara pengguna untuk menemukan masalah utama yang relevan dan membutuhkan solusi.

### 4. Brainstorming dan Penentuan Ide Usaha

Setelah masalah divalidasi, kelompok melakukan penyaringan ide hingga menemukan konsep Pompy Go sebagai solusi pet care.

### 5. Pengembangan Model Bisnis

Kelompok menyusun Business Model Canvas (BMC), value proposition, segmentasi pasar, dan strategi layanan.

### 6. Penyusunan SOP dan Perencanaan Operasional

SOP layanan seperti dog walking, antar-jemput pet, grooming partner, dan pet sitting disusun untuk menjaga standar mutu.

### 7. Pembuatan dan Uji Coba MVP

Kelompok mulai menjalankan layanan secara terbatas untuk mendapatkan data pengguna dan umpan balik.

### 8. Implementasi Layanan dan Pemasaran

Setelah MVP terbukti, layanan dijalankan secara lebih luas dengan strategi pemasaran digital.

### 9. Evaluasi dan Penyempurnaan Layanan

Kelompok menganalisis hasil operasional, kepuasan pelanggan, serta

efisiensi biaya.

#### 10. Penyusunan Laporan Akhir dan Presentasi

Setelah seluruh kegiatan selesai, kelompok menyusun laporan akhir dan melakukan presentasi di hadapan dosen pembimbing dan penguji.

##### 1.3.2 Deskripsi Waktu

Berikut pembagian kegiatan Prostep selama 14 minggu:

###### Minggu 1 – Pendaftaran & Orientasi Program

- Pengisian formulir pendaftaran
- Pengarahan program oleh dosen
- Pembagian kelompok dan penjelasan alur Prostep

###### Minggu 2 – Riset Awal & Observasi

- Observasi lapangan terkait perilaku dan kebutuhan pemilik hewan
- Identifikasi masalah nyata yang dialami target pasar

###### Minggu 3 – Wawancara & Validasi Masalah

- Wawancara pemilik anjing dan pengguna jasa pet care
- Validasi bahwa masalah benar-benar dialami pasar

###### Minggu 4 – Brainstorming & Penentuan Ide

- Penyaringan ide bisnis
- Penetapan ide “Pompy Go” sebagai one-stop pet care solution

###### Minggu 5 – Penyusunan Business Model Canvas

- Penyampaian value proposition
- Segmentasi pasar
- Key activities, key partners, dan revenue streams

#### Minggu 6 – Penyusunan SOP & Proses Layanan

- Penyusunan SOP untuk layanan dog walking, antar-jemput, grooming partner, dan pet sitting
- Penentuan standar mutu layanan

#### Minggu 7 – Perencanaan Harga, Revenue Model, dan Strategi Operasional

- Menentukan harga dog walking (Rp 100.000)
- Sistem harga antar-jemput mirip Gojek/Grab
- Perhitungan biaya operasional dan margin

#### Minggu 8 – Pembuatan MVP (Minimum Viable Product)

- Membuat versi awal sistem pemesanan (Google Form/website)
- Rekrut walker/pet sitter awal

#### Minggu 9 – Uji Coba Layanan (Pilot Test)

- Mulai uji coba dog walking dan antar jemput
- Mendokumentasikan feedback dari pelanggan awal

#### Minggu 10 – Evaluasi & Perbaikan MVP

- Analisis respons pelanggan
- Penyempurnaan SOP, harga, dan alur kerja layanan

#### Minggu 11 – Implementasi Layanan & Pemasaran

- Peluncuran layanan dalam cakupan wilayah lebih luas

- Pemasaran melalui Instagram & TikTok

Minggu 12 – Kerja Sama Bisnis & Perluasan Layanan

- Kolaborasi dengan pet shop, grooming, dan pet hotel
- Penambahan jenis layanan seperti paket grooming dan pet sitting

Minggu 13 – Monitoring, Pengawasan & Analisis Keuangan

- Evaluasi efisiensi biaya
- Analisis pendapatan, pengeluaran, dan prediksi BEP
- Peningkatan kualitas layanan berdasarkan rating pelanggan

Minggu 14 – Penyusunan Laporan Akhir & Presentasi

- Kompilasi seluruh kegiatan dalam laporan resmi Prostep
- Presentasi akhir kepada dosen pembimbing

## 1.4 Manfaat

Kegiatan pengembangan usaha Pompy Go melalui laporan bisnis ini memberikan berbagai manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi tim pengembang, pengguna layanan, dan pelaku industri pet care.

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Memberikan pemahaman mendalam tentang penerapan teori kewirausahaan secara nyata, mulai dari identifikasi masalah, validasi ide, hingga perancangan produk dan layanan. Konsep manajemen bisnis seperti segmentasi pasar, analisis kompetitor, dan strategi pemasaran digital diterapkan secara langsung dalam konteks usaha

jasa modern, sehingga memperkuat kemampuan analisis dan pengambilan keputusan bisnis.

Menambah referensi akademik dalam bidang kewirausahaan jasa hewan peliharaan, khususnya layanan pet care terintegrasi yang masih tergolong baru di Indonesia. Penerapan pendekatan Design Thinking dan Minimum Viable Product (MVP) membantu mengembangkan ide bisnis berbasis kebutuhan konsumen dan memberikan dasar teori yang kuat bagi pengembangan usaha serupa di masa depan.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Membantu pemilik hewan peliharaan memperoleh layanan yang aman, profesional, dan mudah diakses, dengan dog walking sebagai salah satu layanan utama. Memberikan solusi nyata bagi masyarakat perkotaan yang memiliki keterbatasan waktu untuk merawat hewan peliharaan mereka.

Menciptakan peluang kerja baru bagi individu yang tertarik pada bidang pet care dan membuka kesempatan kerja sama dengan berbagai pihak seperti pet shop, dokter hewan, dan komunitas pecinta hewan. Mendukung pembangunan ekosistem bisnis pet care yang berkelanjutan sekaligus menjadi langkah awal dalam mengembangkan startup layanan pet care yang inovatif dan bernilai